

JUEGOS DE REALIDAD ALTERNATIVA: NUEVAS APROXIMACIONES TAXONÓMICAS EN CAMINO A UNA REDEFINICIÓN DEL GÉNERO

DAVID RUIZ-GARCÍA
Universidad de Sevilla

1. INTRODUCCIÓN

¿Qué son los Juegos de Realidad Alternativa? Para unos, dispositivos ludonarrativos amateur o productos de *fan-art* de gran complejidad cuya motivación principal es satisfecha con el propio acto de jugar. Para otros, herramientas de una creatividad publicitaria que prefiere el preciosismo y la profundidad del contenido al manoseo de insights recurrentes o incluso manidos. Otros tantos los tratarán como eslabón de un entramado transmedia, ya sea supeditados a un producto nodriza o libres dilatadores de los contornos del universo. Incluso habrá para quien los Juegos de Realidad Alternativa sean experiencias puntuales por las que se paga, o formas de visibilización crítica de una determinada problemática, o métodos de gamificación para obtener resultados en la vida real de los usuarios. Para cada uno los Juegos de Realidad Alternativa son una cosa distinta, y sorprendentemente ninguno se equivoca, lo que más allá de misterios o adivinanzas revela el escenario del que partimos: los ARG son una de las formas ludonarrativas más sofisticadas, complejas y a la vez más difíciles de definir y clasificar de las que hoy por hoy pueblan el ecosistema mediático.

A los ARG se les cuestiona todo, desde su origen a sus fronteras, desde sus mecánicas, su gameplay y sus objetivos, a la articulación de su más básica expresión ontológica. Quizás esta sea una de las pocas aseveraciones robustas que se puedan articular a priori sobre un género que padece una cuarentena sistemática en sus vectores sustanciales y que enfrenta a sus investigadores en interminables porfías teóricas, ya activas desde su propio nombre y el planteamiento en él del concepto juego

y el concepto realidad alternativa (Szulborski, 2005; McGonigal, 2003). En los Juegos de Realidad Alternativa lo definido es sistemáticamente redefinido por nuevas e inéditas praxis y la fuerza de la experiencia mediada, además, por el avance de la tecnología, abona un terreno del todo resbaladizo y lleno de discrepancias. A los ARG se les cuestiona todo porque los ARG cuestionan todo.

Tales características estructurales del género se explican en opinión de los autores por las siguientes razones:

- La inexistencia de un texto fundacional sólido o incluso de un idioma compartido, tan solo la puesta en marcha de una suerte de gramática practicada y nacida sobre la marcha.
- La mencionada dependencia tecnológica y sensibilidad a su evolución y deriva por parte de los ARG.
- Una variabilidad en cuanto a objetivos y estrategias que afectan a la estructura ARG, disgregándola, rompiéndola y dando lugar a un polimorfismo difícil de aglutinar.

Esta particular idiosincrasia aboca a su vez a varios escenarios de abordaje teórico por parte de los investigadores que se acercan a ellos y siempre bajo una circunstancia omnipresente, el desconocimiento general de los ARG, no sólo respecto al gran público sino también respecto a una gran parte de público especializado y profesional (creativos publicitarios, productoras, periodistas e incluso los mismos investigadores).

El primer escenario que nos encontramos plantea un tratamiento de los ARG que podríamos considerar en cierto punto reduccionista, caracterizado por un conjunto de definiciones bien delimitadas y ajenas a su naturaleza poliédrica. Esta visión parcial es especialmente patente en los acercamientos sobre todo desde plataformas generalistas, en reseñas de revistas tecnológicas o en artículos periodísticos del ámbito del entretenimiento, aunque también puede observarse en reflexiones del ámbito de la Academia, en investigaciones de temas periféricos o incluso en ciertos estudios de los ARG con una focalización muy específica. Las definiciones de Scolari (2013), Jenkins (2006), o McGonigal (2005), (2020), estarían en este último grupo, mientras los

acercamientos por parte de Gálvez en Villalba (2007), Torrebejano (2019), Luis Alcázar (Comunicación personal, febrero de 2021) o Miguel Trula (2017) formarían parte del primer grupo de los relatados.

En el segundo escenario que nos encontramos, ejemplificado por los estudios de Barlow (2006), McGonigal (2011) Askwith y Jenkins (2006) y Ruiz-García (2020), los investigadores articulan una serie de taxonomías que abordan diferentes facetas de los ARG. Si bien estos acercamientos demuestran mayor panorámica, no tenemos tan claro que en todos ellos exista un entendimiento del polimorfismo del fenómeno en esencia, o, dicho de otro modo, en la mayoría de estas taxonomías no se plantea la etiqueta ARG como un conglomerado de diferentes dispositivos a priori, sino que, por el contrario, se le vuelve a definir como una única cosa y luego se subdivide en varios subtipos fijos (y de nuevo dispares). Si la anterior perspectiva nos podía parecer reduccionista, esta nueva fórmula de *definición + subtipos fijos*, no supera a nuestro entender el problema, mostrando la misma inestabilidad y desactualización del que podríamos acusar a los primeros.

En una línea más cercana a nuestro posicionamiento también encontramos autores que prefieren poner el foco en la dificultad de definición del género y en la amalgama de características más o menos presentes que determinarían en esencia una nueva taxonomía. Algunos de estos autores serían Szulborski (2005), (2006), Stacey (2006) o Palmer y Petroski (2016).

Pero no todo en los Juegos de Realidad Alternativa son trampas ni disensiones y, como era de esperar, existen una serie de convenciones que ponen de acuerdo a los teóricos y aterrizan un concepto con una más que evidente tendencia volátil. No es descabellado concluir que los ARG son híbridos, exponentes de aquellos incunables digitales (Murray, 1997), prefigurados de alguna forma en la mente del *Homo Ludens* (Huizinga, 2007), y a la vez prole predilecta del World Wide Web sin el cual no se conciben (Szulborski, 2005). Tampoco que los ARG encontraron su caldo de cultivo fundamental con el establecimiento de un nuevo y superpoblado ecosistema de medios (Scolari, 2013), con la llegada de nuevas tecnologías y su milagrosa “Conversión de átomos a bits” (Negroponte en Tubau, 2011, p. 160), y en definitiva con la reingeniería de un nuevo paradigma: el de la convergencia mediática

(Jenkins, 2006). O que la narrativa se sitúa como su motor principal, (McGonigal, 2011), el componente interactivo y su naturaleza cross-media/transmedia (Dena, 2008) como dos de sus rasgos fundamentales, y la realidad como protagonista de la experiencia, ya sea esta tratada como objetivo en el que impactar o bien como escenario diegético que hace al juego trascender sus propios límites rompiendo el *círculo mágico* (Huizinga, 2007) bajo el legendario lema que rige los ARG desde su nacimiento: This is not a Game o TINAG⁸⁶. Otro de los consensos más o menos acordados por casi todos los que se acercan a los ARG es la existencia de varios conceptos nativos, que como el propio TINAG caracterizan más o menos el fenómeno. Estos conceptos son:

- Puppetmaster o Titiritero. Los directores del juego. Los creadores, escritores y desarrolladores que plantean las líneas maestras, escriben la historia y diseñan los elementos de juego, mecánicas, puzzles y subtramas, modificándolos, si es necesario, en función de las interacciones de los jugadores. Suelen ejercer un rol combinado de adversario y ayudante, así como pueden ejercer de diseñadores y jugadores a la vez. El titiritero representaría un modo de producción (Hook, 2017).
- Rabbithole, Trailhead o Agujero de Conejo. Son los puntos de entrada al juego. Evocando la madriguera del conejo de Alicia en el País de las Maravillas de Lewis Carroll (1865), los rabbitholes son puertas al universo diegético o llamadas al juego. Pueden ser conocidas por los jugadores o pueden aparecer camuflados en una anomalía que sucede en la rutina del participante y que igualmente los lleva al gameworld, siendo este, el mundo real (Jones, 2008). Los agujeros de conejo serían dispositivos narrativos (Hook, 2017).
- The Curtain o La Cortina. La cortina se define por el espacio que separa a los jugadores de los titiriteros, una metáfora de la distancia entre lo diegético y lo real, una intersección, un

⁸⁶ This is not a Game o su acrónimo TINAG, una consigna que niega el estatuto ficticio del dispositivo disfrazándolo de realidad y que sienta las bases de una particular estética verista que lo separa de otras experiencias lúdicas.

umbral que enfrenta inevitablemente a los dos entes en juego y representa el contrato social hecho por ambos. La cortina es el marco conceptual (Hook, 2017).

Como vemos, aunque la controversia y la confusión parezcan estar garantizadas hasta cierto punto en los ARG⁸⁷, también observamos notables consonancias, desde las cuales nos parece útil partir si queremos profundizar en este tipo de dispositivos, aceptando su complejidad y asumiéndolos como una realidad múltiple, compleja y llena de aristas.

2. OBJETIVOS

El presente trabajo pretende el abordaje de un tercer escenario teórico (respecto a los anteriormente expuestos) que, considerando los ARG como fenómenos múltiples a priori, en su sustancia misma, los clasifique en primer término y después establezca una definición como denominador común de toda esa casuística, un ejercicio que partirá también de una necesaria actualización en las categorías del género. Si para algunos los ARG son solo una cosa (para cada uno diferente) y para otros son una matriz con un catálogo de variantes estancas, nosotros creemos que ya en esencia los ARG son varios fenómenos en uno o si se quiere un fenómeno poliédrico y de contornos porosos afectados por una patológica hibridación, por lo que solo así, con una inversión del orden tradicionalmente seguido y el uso de una lógica de la flexibilidad en lugar de un planteamiento taxonómico rígido, creemos poder dar respuestas a la problemática ontológica del ARG y sus constante aproximaciones reduccionistas o desactualizadas. Y lo hacemos motivados por las perspectivas de un género que en poco más de veinte años ha nacido, crecido, madurado e incluso experimentado un notable declive, nunca dejando atrás su etiqueta de *emergente* (Hansen et al, 2013) a pesar de prometer una revolución (Boss, 2013), para protagonizar en la

⁸⁷ Si, por ejemplo, para unos el TINAG significa una filosofía que seguir estrictamente, disfrazando el juego en realidad y engañando al jugador hasta que el peso de la ficción obliga a poner en marcha la voluntaria suspensión de incredulidad, para otros no es más que una estética que gobierna pero que parte de un acuerdo a priori con los jugadores (Stenros et al, 2011) mientras que hay quien subraya su potencialidad en cuanto a producir cambios en la vida de los jugadores (McGonigal, 2020) hablando en otro momento de la manifestación de una crisis de identidad (McGonigal, 2003).

actualidad lo que parece un renacimiento y una paulatina proliferación descentralizada de su lugar de nacimiento, los Estados Unidos.

3. METODOLOGÍA

La metodología utilizada en este estudio se basa en primer lugar en una revisión bibliográfica realizada en varios niveles.

- En el primer nivel recopilamos definiciones genéricas realizadas por autores de relevancia a lo largo de los años. Estas definiciones nos proveen de una visión general de lo que significan los ARG en el imaginario colectivo, de lo que son para los desarrolladores y teóricos, así como para los periodistas, más allá de clasificaciones. Tras el análisis de numerosa literatura, hemos seleccionado siete definiciones, cuatro del ámbito de la Academia: McGonigal (2005), Jenkins, (2006), Jones (2009), y McGonigal (2020), y tres del ámbito profesional y periodístico: Gálvez (2007) y Torrebejano (2019) y Manuel Sánchez (Comunicación personal, enero de 2021). Dichas definiciones nos parecen suficientes para mostrar las coincidencias y discrepancias que existen en las consideraciones del ARG como fenómenos definibles en singular, así como para concluir hasta qué punto podemos hablar de reduccionismo en ellas. En el segundo nivel, recopilamos taxonomías del género, en este caso, Askwith (2006), Barlow (2006), McGonigal, (2011) y Ruiz-García (2020). Aquí hemos querido analizar los criterios utilizados para las categorizaciones y los rasgos fundamentales de las propias categorías con idea de acometer la actualización taxonómica y la posterior discusión sobre sus añadidos o suprimidos. También esta revisión bibliográfica nos permite advertir el problema de la desactualización, bien por mor del avance tecnológico o bien por haber sido propuestas como añadido, como apéndice accesorio o como creación a propósito del advenimiento de nuevos usos.
- La segunda tarea metodológica consiste en la recopilación de una serie de veinticuatro ARG seleccionados por su especial

relevancia como ejemplos de las categorías propuestas en las taxonomías analizadas. Estos ARG son en orden cronológico:

TABLA 1. *Tabla de ARG investigados*

ARG	ENTIDAD ORGANIZADORA, TITIRITERO O MARCA PROMOTORA	AÑO
TheBeast	42 Entertainment y Microsoft	2001
Majestic	Electronic Arts	2001
Lockjaw	Andy Aiken, Bruce Cain, Clay Chiment, Derek Jensen, Brooke Thompson y Krystyn Wells	2002
Exocog	Jim Miller	2002
Metacortechs	Steve Peters, Krystyn Wells, Brooke Thompson y Sean Stacey	2003
ChasingtheWish	Dave Szulborski	2003
Urban Hunt	Dave Szulborski	2004
I Love Bees	42 Entertainment	2004
The Art of the H3ist	Campfire para Audi A3	2005
World Without Oil	Jane McGonigal	2007
Dónde está yago	A3 Media	2008
ARGuing	Cofinanciación Unión Europea	2008
JeuneInstitute	Jeff Hull	2008-2011
Superbetter	Jane McGonigal	2009
Marble Hornets	Troy Wagner	2009-2014
I Love Trees	Pennsylvania Educational Technology Expo and Conference	2011
Noc+10	Anónimo	2015-Actualidad
This House Has People in It	Alan Resnick	2016
Cypher Hunt	Serie de ficción Gravity Falls	2016
La Garduña Existe	El Cañonazo Transmedia	2019
Signal	Realidad Alternativa	PARG 88
1787	Realidad Alternativa	PARG
Bloodline 2	Alice and Smith	PARG
Black Watchmen	Alice and Smith	PARG

⁸⁸ PARG o Permanent Alternate Reality Game, ARG bajo demanda que normalmente se ofrecen en un catálogo de manos de una empresa especializada y se activan en el momento de la adquisición de la experiencia.

- En la tercera tarea metodológica procedemos a la elaboración de una taxonomía propia y actualizada basándonos en los consensos observados en las taxonomías previas y añadiendo categorías inéditas y justificadas.
- La cuarta tarea metodológica consiste en la articulación de una definición actualizada de los Juegos de Realidad Alternativa, proposición que, tras el planteamiento de la taxonomía, ahora sí creeríamos tener sentido como paraguas o contrato aglutinante de todas las dimensiones plasmadas en aquella.
- Finalmente, proponemos una discusión sobre las limitaciones y desafíos tanto de la nueva taxonomía como de la nueva definición.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 CRITERIOS PARA LA ELABORACIÓN DE UNA TAXONOMÍA

Si bien hemos detectado un criterio predominante en las taxonomías que nos sirven de referencia, el objetivo del ARG, también parece mostrarse una convivencia de otros criterios que operan en segundo plano. Por ejemplo, para delimitar la categoría ARG de tipo Productivo de la que habla Barlow (2006), o sus equivalentes, Monetizado (Askwith, 2006) o Comercial (Ruiz-García, 2020), parece haberse utilizado el criterio objetivo, en el sentido en que estos son Juegos de Realidad Alternativa cuyo propósito es rentabilizarse, ganar dinero. Sin embargo, también detectamos aquí la operativa de otro criterio, la forma de financiación, algo que también condiciona otros criterios como el gameplay, la forma de inmersión, la cuota de coautoría incluso la naturaleza colectiva o individual del ARG. Otro ejemplo más evidente podría ser la categoría de Askwith, ARG De un solo jugador, que en rigor no tiene equivalentes en otras taxonomías y que no se establece según el criterio objetivo, sino según el criterio número de jugadores; o la taxonomía completa de McGonigal (2011) que parece no seguir los cauces de sus colegas introduciendo una amalgama de criterios difícilmente equiparables.

Así pues, para superar la problemática planteada, nuestra opción es evidenciar la existencia de diferentes criterios operativos y utilizar el primero para crear grupos grandes y, en su caso, otros criterios para dividir en subgrupos.

4.2. UNA NUEVA TAXONOMÍA COMPARADA

A continuación, presentamos una nueva taxonomía de los Juegos de Realidad Alternativa sustentada en las taxonomías de Barlow (2006), Askwith (2006), McGonigal (2011) y Ruiz-García (2020), y que a su vez intenta aportar una visión actualizada, tomando como referencia el mencionado criterio objetivoparalúdicode los ARG. El orden que pretendemos seguir en cada uno de los subtipos es: primero el planteamiento del que partimos, los subtipos propuestos en el pasado y sus equivalencias, y posteriormente nuestra variante taxonómica.

4.2.1. Grupo 1

Análisis de Taxonomías precedentes

TABLA2. *Tabla de subgrupos previos sin la nueva taxonomía propuesta*

ASKWITH (2006)	BARLOW (2006)	MCGONIGAL (2011)	RUIZ-GARCIA (2020)
. Promocional . De Extensión Narrativa	. Promocional	-	. Publicitarios

Fuente: Elaboración propia

El primer grupo analizado engloba principalmente aquellos ARG utilizados como herramientas publicitarias dentro de determinadas estrategias de marketing o bien aquellos que son parte de estrategias comunicativas junto a otras producciones o como centro de dichas estrategias en lo que llamaríamos narrativas transmedia. Agrupamos aquí los ARG que tanto Barlow como Askwith denomina Promocionales, así como aquellos a los que Ruiz-García denomina Publicitarios. También incluimos aquellos ARG a los que Askwith considera De Extensión Narrativa. McGonigal no hace referencia a este tipo de ARG. Los ARG de este tipo están asociados a alguna marca, producto, servicio o

institución y se articulan como parte de una campaña publicitaria para solucionar un objetivo de marketing. Habitualmente utilizados para publicitar películas, como el propio *TheBeast*, series, como el ARG *Cypher Hunt* (Serie de ficción Gravity Falls, 2016), videojuegos, como el ARG *I Love Bees* (42 Entertainment, 2004) para la promoción del videojuego *Halo 2* (Bungies Studios y Microsoft, 2004), aunque también observables en otro tipo de mercados, desde sistemas operativos de ordenadores a coches como el ARG *The Art of the H3ist* (Audi A3, 2005), los ARG de este tipo fueron los primeros en articularse y desde entonces han sido considerados como una forma creativa publicitaria compleja y difícil de implementar, aunque también valorada por su potencial de fidelización y de creación de marca. En esta subespecie, todos los elementos del organismo ARG estarían supeditados a la consecución de dichos objetivos mercadotécnicos, así como cabría esperar que lo estuvieran el peso, la complejidad y la profundidad tanto de la narrativa como de los elementos lúdicos. En líneas generales, observamos dos momentos prototípicos de implementación de ARG de este tipo: por un lado, en campañas donde el ARG se dispone a modo teaser, poniéndose en marcha meses antes de la salida al mercado del producto y desarrollándose con diferentes grados de camuflaje en la realidad, y por otro, el que tiene que ver con la promoción una vez el producto ya está en el mercado.

Los ARG De Extensión Narrativa funcionan como expansión del universo ficticio, como extremidad dentro de un diseño transmedia. Dicha rama, que puede o no tener un objetivo publicitario, lo que sí posee es una vocación referencial que es sumada a una tendencia expansiva. Un ejemplo de este subtipo podría ser: *Dónde está yago* (A3 Media, 2008), ARG dentro del universo transmedia de la serie de ficción española *El Internado*.

Nueva variante taxonómica

TABLA 3. *Tabla incluyendo la nueva taxonomía propuesta*

TAXONOMÍA ACTUALIZADA (2022)	ASKWITH (2006)	BARLOW (2006)	MCGONIGAL (2011)	RUIZ-GARCIA (2020)
. Satélite - Publicitario - De Extensión Narrativa	.Promocional . De Extensión Narrativa	. Promocional	-	.Publicitarios

Fuente: Elaboración propia

Teniendo como referencia el criterio rector, nosotros preferimos utilizar un grupo grande y dos subgrupos dentro de este. El primero de ellos se denominará ARG Satélite, y los dos segundos serán el subgrupo de los ARG Publicitarios y el de los ARG De Extensión Narrativa. Los ARG Satélite serían aquellos ARG que actúan de manera vicaria, como extensiones o ramificaciones de otras producciones consideradas matrices y que normalmente poseen mayor volumen. El objetivo en los ARG Satélite está relacionado pues con el otro, sobre el cual actúan expendiendo su contenido, representando o directamente promocionando de diferentes maneras. Como dijimos, dentro de estos ARG encontraríamos dos subtipos íntimamente relacionados entre sí, los dos equivalentes a sus homónimos en otros autores.

4.2.2. Grupo 2

Análisis de taxonomías precedentes

TABLA 4. *Tabla de subgrupos previos sin la nueva taxonomía propuesta*

ASKWITH (2006)	BARLOW (2006)	MCGONIGAL (2011)	RUIZ-GARCIA (2020)
. Canónico	. Canónico	. De Entretenimiento . Narrativo	. De Base . De Base con Apariencia Promocional

Fuente: Elaboración propia

El segundo grupo está formado por aquellos ARG denominados por Askwith, Barlow y Ruiz-García, Canónicos o De Base, los cuales parecen tener también cierta equivalencia con los que McGonigal denomina Narrativosy en un nivel superior los que considera De Entretenimiento. Esta tipología de ARG parece fundamentarse en el criterio objetivo en el sentido de que son satisfechos con la práctica del propio juego, y por tanto tienen una motivación intrínseca, aunque también detectamos en ellos otras cuestiones que influyen sobre manera, especialmente el ajuste de los conceptos nativos en un estado de pureza canónico (como su propio nombre indica). Así pues, cuando se habla de ARG Canónico o De Base parece querer referirse aquellos ARG nacidos al calor de *The Beast* y realizados por los propios fans, encarnando lo que se podría denominar las convenciones del género de manera más fiel. Estos ARG serían los mejores representantes el espíritu TINAG disfrazando su naturaleza hasta bien entrado el desarrollo narrativo, no exigiendo al participante la suspensión de incredulidad a priori sino más bien otorgándole a este la sensación de estar viviendo una aventura real y única, solo desmentida a posteriori. Pero es quizás en contraste con otras experiencias lúdicas como mejor puede entenderse el carácter de este subtipo ARG. Por ejemplo, en cuanto a la mencionada ambigüedad realidad/ficción invocada en cada TINAG, desarrollada en base al uso del mundo real como escenario diegético y ajena a otras experiencias como las búsquedas del tesoro recreativas (Palmer, Petroski, 2016), con un contenido mucho menos narrativo que los ARG, o experiencias como el *geocatching*, donde el jugador recorre los rincones de la ciudad en busca de tesoros dejados por otros jugadores. Si hablamos de los responsables de dicha negación, en este subtipo los titiriteros tienden a mostrarse anónimos y habitualmente financiar los proyectos con sus propios ahorros o bien buscan métodos de financiación que, en todo caso, nunca vayan en contra de su anonimato y de la propia narrativa. En este tipo de ARG, los rabbit holes tienden a presentarse de forma camuflada y en muchos casos requieren de una predisposición a ser encontrados, evidenciando la importante exigencia arqueológica y necesitando de un gran esfuerzo por parte de los jugadores para recabar todas las piezas del mosaico narrativo. Es entonces este subtipo el preferido por el fandom, no sólo por dirigirse especialmente a él, a ese grupo

minoritario, aunque profundamente fidelizado como dicen Jenkins (2006) o Scolari (2013), sino también por ser aquel que nace de su seno y que se fundamenta en la inteligencia colectiva de sus participantes, algo que ilustra a la perfección un ARG como, *Lockjaw* (Andy Aiken, Bruce Cain, Clay Chiment, Derek Jensen, Brooke Thompson y Krystyn Wells, 2002), aquel que dio nombre al género.

Nueva variante taxonómica

TABLA 5. *Tabla de subgrupos previos con la nueva taxonomía propuesta*

TAXONOMÍA ACTUALIZADA (2022)	ASKWITH (2006)	BARLOW (2006)	MCGONIGAL (2011)	RUIZ-GARCIA (2020)
. Autotélico - Canónico -Apropiacionista - De Estilo Libre	. Canónico	. Canónico	. De Entretenimiento . Narrativo	. De Base .DeBase con Apariencia Promocional

Fuente: elaboración propia

Nuestra propuesta es la utilizar de nuevo un grupo contenedor de los demás y definido por el criterio objetivo, el grupo Autotélico. A partir de este grupo, definido en base a su motivación intrínseca, desplegamos dos subgrupos más, Canónicos y De Estilo Libre, definidos fundamentalmente por los criterios *gameplay* y ajuste de conceptos nativos y un subgrupo más pequeño aun, ARG Apropiacionistas, propios principalmente de los canónicos, aunque también posibles en los de estilo libre. Si bien la equivalencia de ARG canónicos es evidente, nos parece importante la necesidad de dar luz a aquellos ARG que, aun con motivación intrínseca, distorsionan, rompen o retuercen algunos o incluso el total de los conceptos nativos, los ARG a los que hemos denominado De Estilo Libre. Así pues, estos serían los equivalentes a los ARG Canónicos, pero en la actualidad, y podríamos definirlos como

experiencias que beben de las mecánicas y estéticas pasadas, pero sin constreñirse lo más mínimo a ningún canon incuestionable.

Consideraríamos como subgrupo de los anteriores los ARG denominados Apropiacionistas, aquellos que con tienen un objetivo intrínseco y un ajuste bastante canónico de los conceptos nativos, pero a la vez están localizados en un universo ficcional prefabricado, aparentando un esfuerzo de promoción oficial de este. En estos casos, somos testigos de una suerte de apropiación por parte de los puppetmasters que, o bien como ejercicio de fan art o bien aprovechando el tirón mediático y las facilidades que otorga localizar la narrativa dentro de un mundo de ficción ya creado, se convierten en espontáneos y, en la mayoría de los casos, ilegales cocreadores sin permiso oficial. Algunos ejemplos podrían ser el ARG, *Metacortechs* (Steve Peters, Krystyn Wells, Brooke Thompson, and Sean Stacey, 2003), ARG ambientado en el universo *Matrix* (The Wachowskis, 1999) y lanzado varios meses antes del estreno de su tercera y última entrega *Matrix Revolutions* (The Wachowskis, 2003), y *Exocog* (Jim Miller, 2002), ARG ambientado en el universo de la película *Minority Report* (Steven Spielberg, 2002).

4.2.3 Grupo 3

4.2.3.1 Análisis de taxonomías precedentes

TABLA 6. *Tabla de subgrupos previos sin la nueva taxonomía propuesta*

ASKWITH (2006)	BARLOW (2006)	MCGONIGAL (2011)	RUIZ-GARCIA (2020)
. Monetizado	. Productivo	. De Entretenimiento	. De Pago
. De Un Jugador		. De Eventos en Vivo	

Fuente: Elaboración propia

El tercer grupo que nos ocupa se define en base al objetivo comercial, aquellos concebidos con objetivo mercantilista y diseñados para perseguir una rentabilidad económica. Es este un grupo bastante común en las referencias taxonómicas de los autores: Barlow los denomina Productivos, mientras Askwith los llama Monetizados o Ruiz-Garcia, De Pago. Sin embargo, no todo en este grupo parece definirse en función

de la rentabilidad económica. Es por ello que creemos conveniente integrar en este grupo a los ARG que Askwith denomina De Un Jugador, que en la práctica se muestran como ARG Comerciales (solo que para un jugador), y los ARG que McGonigal denomina De Entretenimiento, así como los De Eventos en Vivo, ninguno de los dos establecidos por la autora como ARG comerciales de forma evidente, aunque en la práctica, dos formas que parecen denotar un carácter afín a los anteriores. Existe una amplia variabilidad de ARG comerciales respecto a su fidelidad por las convenciones y reglas del género. Los hay que no difieren mucho de los ARG de base, más allá de necesitar un pacto de ficción preliminar para llevarse a cabo en el momento de formalizar la compra. También hay ARG comerciales cuyas peculiaridades rompen estructuralmente el canon. En ellos, el carácter eventual y por tanto efímero del ARG canónico se transforma en un carácter permanente y bajo demanda, surgiendo los Juegos de Realidad Alternativa Permanentes (PARG). También el espíritu colectivo de los ARG canónicos se torna individual, pudiéndose disfrutar como experiencia de un solo jugador sin necesidad de la ayuda de la comunidad. O incluso también los hay que son colectivos, suceden puntualmente y demandan al jugador la creación de un avatar y su caracterización, los real games, híbridos muy cercanos a los live action role-playing games (LARP) o incluso a los escape rooms. Como vemos, la horquilla de posibilidades en esta categoría de ARG es múltiple, desdibujando los límites y siendo, como dijimos, muy habituales en la actualidad como productos ofrecidos por empresas desarrolladoras en sus catálogos a jugadores individuales o grupos de amigos.

Nueva variante taxonómica

TABLA 7. *Tabla de subgrupos previos con la nueva taxonomía propuesta*

TAXONOMÍA ACTUALIZADA (2022)	ASKWITH (2006)	BARLOW (2006)	MCGONIGAL (2011)	RUIZ-GARCIA (2020)
. Comercial - Permanente - Eventual	. Monetizado . De Un Jugador	. Productivo	. De Entretenimiento . De Eventos en Vivo	. De Pago

Nuestra propuesta aquí es la de conservar el apellido comercial para definir a este tipo de ARG añadiéndole, eso sí, dos subgrupos establecidos por el criterio forman de la compra, los ARG Permanentes y los ARG Eventuales. La diferencia entre ambos estribaría básicamente en que los primeros serían parte de un catálogo y podrían ser adquiridos por los clientes en cualquier momento, mientras los segundos se llevarían a cabo en ocasiones puntuales. Un ejemplo paradigmático de este tipo es *Majestic* (Electronic Arts, 2001).

4.2.4. Grupo 4

Análisis de taxonomías precedentes

TABLA 8. *Tabla de subgrupos previos sin la nueva taxonomía propuesta*

ASKWITH (2006)	BARLOW (2006)	MCGONIGAL (2011)	RUIZ-GARCIA (2020)
-	. Educativo	. Serios - De Gestión de Vida - Organizacionales	. Serios

Fuente: Elaboración propia

El cuarto y último grupo es aquel referido a los ARG con una voluntad didáctica y un carácter de impacto sobre la vida real del jugador. Estos ARG son principalmente referenciados por McGonigal que los divide en De Gestión de Vida y Organizacionales, aunque también encuentran equivalentes en Barlow, que los denomina Educativos y en Ruiz-García que los llama Serios. Askwith sin embargo no hace mención alguna a este tipo de ARG. Este tipo de ARG toma multitud de formas; pueden ser utilizados en entornos escolares o universitarios para fomentar el aprendizaje de alguna materia por parte del alumnado o también para entrenar el pensamiento lateral, como en el caso de ARGuing (2008), ARG financiado por la Unión Europea para incentivar el multilingüismo entre los alumnos de enseñanza secundaria de los países de la Unión. También pueden darse en entornos corporativos donde empresas busquen la capacitación de sus trabajadores en algún aspecto o pretendan medir su respuesta a posibles contingencias, como en el caso de I Love Trees (2011), ARG desarrollado durante la Pennsylvania

Educational Technology Expo and Conference para introducir a los participantes un nuevo sistema sobre tecnología de la educación. Por otro lado, este tipo de ARG pueden buscar la reflexión y el pensamiento crítico como en el caso de World Without Oil (2007), ARG de Jane McGonigal donde se planteaba un escenario hipotético de mundo sin gasolina y se le pedía a los participantes que reflexionaran e intentaran dar soluciones al problema. O en otro sentido, los juegos de la autora dedicados a fomentar conductas de vida saludable incluso llegando a servir de terapia en la recuperación de traumas físicos, como en el caso de su juego Superbetter (2009). Como podemos observar, las posibilidades son múltiples y los cambios estructurales en cada uno de ellos pueden ser también muy pronunciados: El This is not a Game adquiere un significado diferente, la narrativa puede quedar relegada a simple apoyo mecánico, las reglas ARG saltar por los aires y el juego en sí tornarse una suerte de gamificación vital solo pudiendo ser identificado con la etiqueta original por su inequívoca tendencia a colonizar la realidad del jugador, aunque de otra manera.

Nueva variante taxonómica

TABLA 9. *Tabla de subgrupos previos con la nueva taxonomía propuesta*

TAXONOMÍA ACTUALIZADA (2022)	ASKWITH (2006)	BARLOW (2006)	MCGONIGAL (2011)	RUIZ-GARCIA (2020)
<ul style="list-style-type: none"> . Funcional - Capacitacional - De Espíritu Crítico - Didáctico 	-	. Educativo	<ul style="list-style-type: none"> . Serios - De Gestión de Vida - Organizacio-nales 	. Serios

Fuente: Elaboración propia

Hemos querido articular un grupo contenedor, los ARG Funcionales, y una serie de subgrupos capaces de abordar todas las posibles traducciones del primero. En esencia, los ARG Funcionales se definirían como aquellos cuyo objetivo es hacer cambios en la vida real del jugador y, como dijimos, estarían directamente emparentados con otras formas de juego que persiguen objetivos aplicables a la vida real del jugador pero

que son desarrollados principalmente en entornos digitales como son los *persuasive games* (Bogost, 2007) o los *epistemic games* (Shaffer, 2005), y podrían clasificarse dentro de una categoría más amplia que incluiría a todos los juegos cuyo propósito va más allá de la simple diversión, los conocidos como *serious games* (Wilkinson, 2016).

Los ARG Funcionales se dividirían en tres subgrupos, los Capacitacionales o Didácticos, los Críticos y los Motivacionales.

Los ARG Capacitacionales o Didácticos fomentarían el aprendizaje y entrenamiento de nuevas técnicas o materias. En el segundo subtipo, los ARG Críticos, nos encontramos con ARG que buscan la reflexión y el pensamiento crítico por parte de los participantes. Finalmente, en el tercer subtipo, los ARG Motivacionales pretenden fomentar conductas de vida saludable y plantear estrategias para solventar problemas del día a día.

4.3 ALGUNAS PUNTUALIZACIONES MÁS

La taxonomía planteada en este estudio articula cuatro macrotipologías dentro de las cuales se pueden englobar las categorías trazadas en investigaciones precedentes. Somos conscientes de la amplitud de cada departamento y, de hecho, consideramos dicha capacidad de agrupación como el aporte más relevante en esta taxonomía respecto a las anteriores, aunque por otro lado entendemos que surjan algunas preguntas.

¿Por qué ARG Autotélico y no ARG De Base o Canónico como macrotipología si estas dos últimas etiquetas son las más comunes en otras investigaciones? Porque preferimos fijarnos en el objetivo de este tipo de ARG basados en la existencia de la propia experiencia ludonarrativa, a conformarnos con señalar como elemento primordial de este tipo de ARG que son creados por las bases de fans respetando una suerte de canon, cuando en la actualidad ni son promovidos por las bases de fans (como se entendía una década atrás) ni mucho menos respetando lo que se entendía que era el canon (si es que alguna vez hubo tal cosa).

Igualmente nos ocurre con la macrotipología Satélite. ¿Acaso los ARG Publicitarios no plantean extensiones narrativas por el mero hecho de

ser ARG? Y aunque la respuesta nos anime a pensar en una especie de binomio más o menos asimétrico, lo cierto es que seguimos creyendo necesario el planteamiento de la macrotipología para aglutinar las posibles excepciones de unos y otros.

Respecto a los ARG Comerciales cabría puntualizar que es el hecho del precio al jugador lo que los define, ya sea a priori o por suscripción. Esto quiere decir que el resto de características propias de esta categoría pueden ser compartidas por otros tipos de ARG y por tanto no son definitorias de ninguno; existen ARG permanentes que no son comerciales, así como existen ARG eventuales que tampoco lo son.

Finalmente, en cuanto a la categoría Funcional, nos parece más indicada que otras etiquetas como Serio (Ruiz-García, 2020) por el simple hecho de indicar su naturaleza como instrumento que funciona en la vida real, sin connotar nada más.

En el terreno de las consideraciones generales creemos muy necesario atribuirle a nuestra taxonomía y a cualquier taxonomía futura, dos características vitales: la porosidad, esa capacidad de trasvase y de solidaridad entre fronteras, y la capacidad de adaptación, la asunción de que el menú de categorías taxonómicas puede ampliarse en cualquier momento, ya sea por nuevas hibridaciones o sencillamente por nuevos criterios empleados para establecer nuevas clasificaciones. Solo entendiendo los límites como contornos permeables y ampliables creemos posible una clasificación con sentido.

4.4 DEFINICIÓN ACTUALIZADA

Tras articular nuestra clasificación creemos pertinente la proposición de una definición actualizada que funcione a modo de acuerdo de mínimos, capaz de incluir las características fundamentales compartidas en todos los ARG de una u otra forma.

Un ARG es un tipo de juego caracterizado por una cuota narrativa relevante que se despliega normalmente de forma fragmentada y siguiendo una lógica transmedia, que asume la realidad como componente del juego, emergiendo en ella hasta el punto de convertirla en espacio-tiempo diegético previo pacto de ficción con los jugadores, y

busca en última instancia un efecto epifánico y transformador sobre estos, ya sea otorgándoles una ilusión demiúrgica de protagonismo narrativo, retándoles a superar desafíos lúdicos que requieran de un esfuerzo cooperativo para su superación o estimulando la aplicación crítica de las mecánicas aprendidas en el juego en entornos y situaciones reales como formas creativas de mejorar sus vidas.

5. CONCLUSIONES

Los Juegos de Realidad Alternativa siguen siendo experiencias ludonarrativas vivas y presentes, minoritarias, aunque con una efervescencia alimentada por nuevos usos y nuevas formas tecnológicas que los avivan y los reproducen, siempre con la misma vocación híbrida y la misma tendencia a la ruptura y transgresión de las fronteras que cuando nacieron. Si bien en términos formales los ARG han podido transformarse con el tiempo, el fondo de esa transgresión sigue siendo el mismo: primero, quebrar los límites que separan el juego de la realidad, emergiendo en la vida del jugador para colonizarla momentáneamente o transformarla de alguna manera y después, romper las fronteras que pretenden departamentarlos, agrietando las paredes contenedoras y discurriendo de forma espontánea. Todo ello revela un polimorfismo que obliga a entender primero el género como un fenómeno poliédrico y mutable para a continuación proceder al acercamiento en términos genéricos. Una vez comprendido que los Juegos de Realidad Alternativa son una miscelánea de dimensiones cuyos ingredientes más o menos acentuados configuran un ecosistema, puede ser de recibo taxonomizarlos, clasificarlos en función a dichas protuberancias para finalmente articular una definición capaz de describirlos con suficiente panorámica. Y eso es lo que hicimos, un ejercicio de actualización que, partiendo del polimorfismo como premisa, reconstruyera los contornos del género y atendiese a este como un ecosistema complejo y repleto de excepciones. En suma, creemos que en lo que respecta a los Juegos de Realidad Alternativa, el atentado fronterizo está garantizado en el futuro a medida que estos sean más populares y más utilizados, así que dependerá del ahínco analítico de los investigadores, reconstruir sistemática los perímetros para revelar nuevas mutaciones del género.

6. REFERENCIAS

- Askwith, I. (2006). This Is Not (Just) An Advertisement: Understanding Alternate Reality Games. MIT Convergence Culture Consortium.
- Barlow, N. (2006). Types of ARG. In A. Martin, B. Thompson, T. Chatfield (Eds), Alternate Reality Games White Paper (Pp. 15-21) IGDA ARG SIG.
- Bogost, I. (2007). Persuasive Games. The Expressive Power of Videogames. The MIT Press.
- Boss, E.C. (2013). OfRabbitHoles and Red Herrings: Interactive Narratives of ARG and Larp. En S.L. Bowman, A. Vanek (Eds), Wyrd Con Companion Book.
- Dena, C. (2008). Emerging Participatory Culture Practices: Player-Created Tiersen Alternate Reality Games. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies Vol 14(1): 41–57 DOI:10.1177/1354856507084418
- Hansen, D., Bonsignore, E., Ruppel, M., Visconti, A., Kraus, K. (27 April – 2, May, 2013). Designing Reusable Alternate Reality Games. CHI 2013: Changing Perspectives, Paris, France.
- Hook, A. (2017). The Game Did Not Take Place: performative play and relational art in Alternate Reality Games. En A. GARCIA, G. NIEMEYER, (Eds): Alternate Reality Games and the Cusp of Digital Gameplay (Pp.56-74) New York: Bloomsbury Academic.
- Huizinga, J. (2007). Homo Ludens. Madrid: Alianza Editorial/Emecé Editores.
- Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where old and new media collide. Nueva York: Ediciones NYU Press.
- Jones, S.E. (2008). The Meaning Of Video Games: gaming and textual strategies. New York and London: Ed Routledge.
- Martin, A., Thompson, B., Chatfield, T., (Eds.) (2006). Alternate Reality Games White Paper. IGDA ARG SIG.
<http://www.igda.org/arg/resources/IGDA-AlternateRealityGames-whitepaper-2006.pdf>
- McGonigal, J. (2003). This is not a game: Immersive aesthetics and collective play. Melbourne DAC. RMIT University.
<https://janemcgonigal.files.wordpress.com/2010/12/mcgonigal-jane-this-is-not-a-game.pdf>
- McGonigal, J. (2005). Alternate Reality Gaming experimental social structures for MMOs. Austin GameConference.
http://www.avantgame.com/McGonigal_ARG_Austin%20Game%20Conference_Oct2005.pdf

- McGonigal, J. (2011). *Reality is Broken: Why games make us better and how they can change the world*. New York: Penguin Press.
- McGonigal, J. (2020). *Games*. Jane McGonigal.
En:<https://janemcgonigal.com/play-me/>
- Miguel Trula, E. (2016). Los antecesores de Manuel Bartual: seis famosos ARGs de Internet por si te quedaste con ganas de más. Magnet.
<https://magnet.xataka.com/en-diez-minutos/los-antecesores-de-manuel-bartual-seis-famosos-args-de-internet-por-si-te-quedaste-con-ganas-de-mas>
- Murray, J. (1999). *Hamlet en la Holocubierta*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Palmer, C., Petroski, A. (2016). *Alternate Reality Games. Gamification for Performance*. Boca Ratón: CRC Press.
- Ruiz-García, D. (2020). *Alternate Reality Games: Defining Gender Through an Updated Taxonomy*. Cosecivi 2020. <http://ceur-ws.org/Vol2719/paper3.pdf>
- Scolari, C.A. (2013). *Narrativas Transmedia*. Barcelona: Grupo Planeta.
- Stacey, S. (2006). *Undefinig ARG. Unfiction*.
In:<http://www.unfiction.com/compendium/2006/11/10/undefining-arg/2/>
- Shaffer, D. W. (2005). *Epistemic Games*. *Innovate: Journal of Online Education*. Vol.1: Iss. 6, Article 2. <https://nsuworks.nova.edu/innovate/vol1/iss6/2>
- Stenros, J., Holopainen J., Waern, A., Montola, M., Ollila, E. (2011). *Narrative Friction in Alternate Reality Games: Design Insights from Conspiracy For Good*. *Proceedings of DiGRA 2011, Conference: Think Design Play*. <http://www.digra.org/digitallibrary/publications/narrative-friction-in-alternate-reality-games-design-insights-from-conspiracy-for-good/>
- Szulborski, D. (2005). *This Is Not A Game. A Guide to Alternate Reality Gaming*. New Fiction Publishing.
- Torrebejano, A. (2019). *Juegos en vivo: Experiencias ARG, del Real Game a las Realidades Alternativas*. Martini Shot Blog. En:
<http://elcanonazo.com/juegos-vivo-experiencias-arg/>
- Tubau, D. (2011). *El Guion del Siglo 21. El Futuro de la Narrativa en el Mundo Digital*. Madrid: Ed. Alba, Fuera de Campo.
- Villalba, M. (2007). *Llega a España el primer juego de realidad alternativa*. ABC. https://www.abc.es/tecnologia/videojuegos/abci-llega-espana-primer-juego-realidad-alternativa-200702190300-1631557465077_noticia.html
- Wilkinson, P. (2016). *A Brief History of Serious Games*. The Centre for Excellence in Media Practice, Bournemouth University, Bournemouth, UK. <http://eprints.bournemouth.ac.uk/30697/1/A%20Brief%20History%20of%20Serious%20Games.pdf>